

**PENGARUH *GREEN PACKAGING* TOKO KOPI TUKU  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *ELECTRONIC  
WORD OF MOUTH***



**SKRIPSI**

**Valencia Melissa Jo**

**00000042798**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PENGARUH *GREEN PACKAGING* TOKO KOPI TUKU  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *ELECTRONIC  
WORD OF MOUTH***



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Komunikasi

**VALENCIA MELISSA JO**

**00000042798**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Valencia Melissa Jo

NIM 00000042798

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

**“Pengaruh *Green Packaging* Toko Kopi Tuku terhadap *Purchase Decision* melalui *Electronic Word of Mouth*”**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan. baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah. saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juni 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



A handwritten signature in black ink.

Valencia Melissa Jo

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Pengaruh Green Packaging Toko Kopi Tuku terhadap Purchase Decision  
melalui Electronic Word of Mouth**

Oleh

Nama : Valencia Melissa Jo

NIM : 00000042798

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 14 Juni 2024

Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si.  
NIDN 0327066402

Penguji



Digitally signed  
by Anton Binsar  
Date: 2024.07.02  
14:10:21 +07'00'


Anton Binsar, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0309027705

Pembimbing



Angga Ariestya, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0311048505

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.07.02  
17:21:30 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Valencia Melissa Jo  
NIM : 00000042798  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : **“Pengaruh *Green Packaging* Toko Kopi Tuku terhadap *Purchase Decision* melalui *Electronic Word of Mouth*”**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center. sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Valencia Melissa Jo)

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan. saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya ucapkan atas berkat dan Rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa. atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Green Packaging* Toko Kopi Tuku terhadap *Purchase Decision* melalui *Electronic Word of Mouth*”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana S.I.Kom Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama perkuliahan sampai pada tahap penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

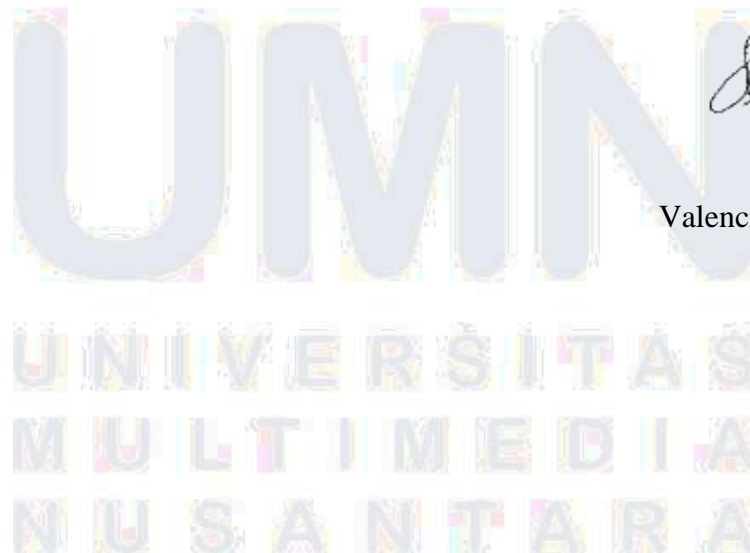
Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir.Andrey Andoko, M.SC., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M. Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Angga Ariesty, S.Sos., M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama bimbingan pertama hingga ke tahap sidang skripsi.
5. Tuhan Yesus, yang senantiasa mendampingi saya dalam proses pengerjaan skripsi ini dan memberikan kekuatan bagi saya selama menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya, Ayah Juliswanto dan Ibu Effie Adi Sudjono karena telah percaya, mendoakan, dan terus memberikan motivasi serta dukungan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan studi jenjang S1 ini.
7. Kakak perempuan saya, Anastasia Michelle Jo karena telah memberikan dukungan dan semangat kepada saya.

8. Jesslyn Angela, Michelle Fuzhigi, Michelle Putri, Michelle Octaviana yang telah berjuang bersama saya sejak perkuliahan semester 1 hingga semester 8 di Universitas Multimedia Nusantara.
9. Kakak sepupu perempuan saya, Maria Natasha karena telah memberikan bantuan, dukungan, dan bimbingan selama saya menyusun skripsi ini.
10. Letitia Tamara Limawan, Jemima Louvinia Winoto, dan Natania Primavera Linardo yang telah turut memberikan dukungan, motivasi, semangat kepada saya dalam menyelesaikan studi jenjang S1 ini.
11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan berpartisipasi sebagai responden pada penelitian ini.

Akhir kata, saya menyampaikan mohon maaf apabila masih terdapat ketidaksempurnaan dan kekeliruan pada penyusunan ataupun penulisan skripsi ini. Saya sangat menerima kritik dan saran yang diberikan guna menyempurnakan penulisan skripsi ini agar dapat bermanfaat bagi peneliti lain di masa depan dan para pembaca.

Tangerang, 3 Juni 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Valencia', is placed over the right side of the UMN watermark.

Valencia Melissa Jo



# **PENGARUH *GREEN PACKAGING* TOKO KOPI TUKU TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH***

Valencia Melissa Jo

## **ABSTRAK**

Seiring perkembangan waktu, pertumbuhan industri kopi di Indonesia tentunya semakin meningkat yang ditunjukkan dengan banyaknya generasi muda Indonesia yang saat ini memiliki gaya hidup minum kopi yang cukup tinggi. Sejalan dengan perkembangan industri kopi yang semakin pesat, nyatanya mampu memberikan dampak terhadap lingkungan akibat sampah kemasan plastik yang dihasilkan dari kemasan kopi. Di tahun 2023 ini, Tuku memberikan sebuah inovasi baru yaitu dengan menghadirkan kemasan hijau atau daur ulang sebagai bentuk kepedulian terhadap kondisi lingkungan. Namun kemasan hijau yang dihadirkan Toko Kopi Tuku inilah mampu menimbulkan *electronic word of mouth* di TikTok. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kemasan hijau dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian melalui *electronic word of mouth*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat eksplanatif, dengan pengumpulan data melalui metode survei dan kuesioner terhadap 229 responden. Hipotesis pada penelitian ini dilakukan melalui uji *Process Macro* by Hayes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain kemasan yang memegang peranan penting dalam suatu pembelian, kemasan hijau berbahan ramah lingkungan juga dapat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari hasil yang diperoleh yaitu *green packaging* berpengaruh terhadap *purchase decision*, *green packaging* berpengaruh terhadap *electronic word of mouth*, *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *purchase decision*, dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan sebagai variabel mediasi.

**Kata kunci:** Toko Kopi Tuku, *Green Packaging*, *Purchase Decision*, *Electronic Word of Mouth*, Sosial Media.



# **THE IMPACT OF TOKO KOPI TUKU GREEN PACKAGING TO PURCHASE DECISION THROUGH ELECTRONIC WORD OF MOUTH AS A MEDIATING VARIABLE**

Valencia Melissa Jo

## **ABSTRACT**

*Over time, the growth of the coffee industry in Indonesia is certainly increased, as shown by the large number of young Indonesians who currently have a fairly high coffee-drinking lifestyle. In line with the increasingly rapid development of the coffee industry, it can impact the environment due to plastic packaging waste produced from coffee packaging. In 2023, Tuku will provide an innovation, namely by presenting green or recycled packaging as a form of concern for environmental conditions. However, the green packaging presented by Toko Kopi Tuku can generate electronic word of mouth on TikTok. Therefore, this research aims to determine whether green packaging can influence consumers' purchasing decisions through electronic word of mouth. This research uses a quantitative approach with an explanatory nature, by collecting data through survey and questionnaire methods from 229 respondents. The hypothesis in this research was carried out through the Process Macro test by Hayes. The results of this research show that apart from packaging which plays an important role in a purchase, green packaging made from environmentally friendly materials can also have a significant influence on purchasing decisions. This is shown from the results obtained, namely that green packaging affects purchase decisions, green packaging affects electronic word of mouth, electronic word of mouth has an effect on purchase decisions, and electronic word of mouth has a significant effect as a mediating variable.*

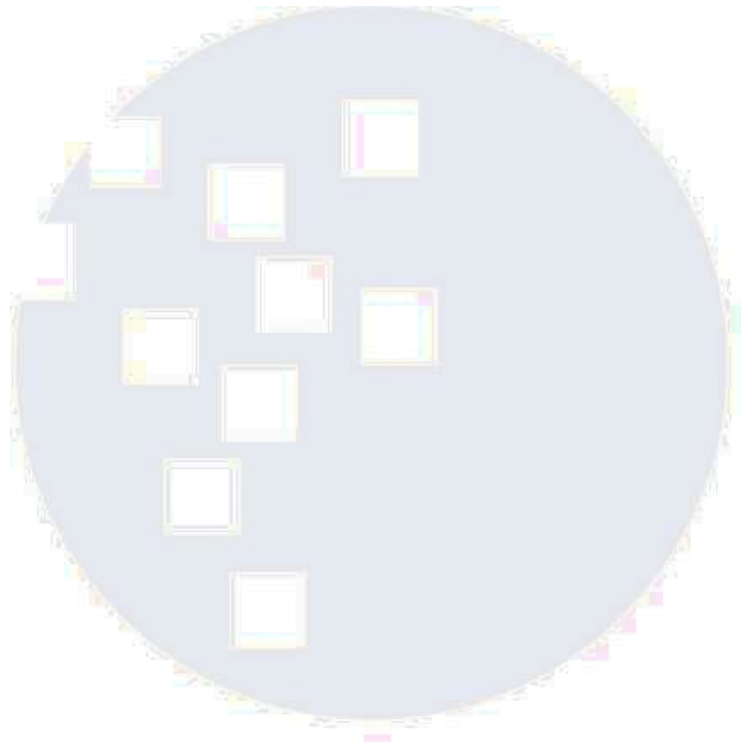
**Keywords:** Toko Kopi Tuku, Green Packaging, Purchase Decision, Electronic Word of Mouth, Sosial Media.

## DAFTAR ISI

<u>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</u> .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan Penelitian .....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	7
BAB II KERANGKA TEORI / KERANGKA KONSEP.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Teori dan Konsep.....	10
2.2.1 <i>Green Marketing Communication</i> .....	10
2.2.2 Electronic Word of Mouth (eWOM) .....	13
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.3 Hipotesis Teoritis.....	17
2.4 Alur Penelitian .....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian .....	20
3.2 Metode Penelitian .....	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel.....	21

3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep .....	22
3.4.1	Variabel Independen (X).....	22
3.4.2	Variabel Dependen (Y) .....	26
3.4.3	Variabel Intervening (Z) .....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6	Teknik Pengukuran Data .....	35
3.7	Teknik Analisis Data .....	39
3.7.1	Uji Normalitas .....	39
3.7.2	Uji Multikolinearitas .....	39
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas .....	40
3.7.4	Process Macro for SPSS Hayes.....	40
3.7.5	Uji Hipotesis .....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Subjek dan Objek Penelitian.....	42
4.2	Hasil Penelitian .....	43
4.2.1	Karakteristik Responden .....	44
4.2.2	<i>Green Packaging</i> (X) .....	46
4.2.3	<i>Purchase Decision</i> (Y).....	48
4.2.4	<i>Electronic Word of Mouth</i> (eWOM) (Z).....	51
4.2.5	Uji Normalitas .....	53
4.2.6	Uji Multikolinearitas .....	55
4.2.7	Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.2.8	PROCESS Macro SPSS 4.2 by Andrew F. Hayes. ....	57
4.2.9	Uji Hipotesis .....	59
4.2.10	Uji Parsial (Uji Statistik T) <i>Green Packaging</i> → <i>Purchase Decision</i> .....	59
4.2.11	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) <i>Electronic Word of Mouth</i> → <i>Purchase Decision</i> .....	60
4.2.12	Uji Parsial (Uji Statistik T) <i>Electronic Word of Mouth</i> → <i>Purchase</i> <i>Decision</i> .....	61
4.3	Pembahasan .....	61
BAB V.....		65
SIMPULAN DAN SARAN .....		66
5.2	Saran .....	66

5.2.1 Saran Akademis .....	66
5.2.2 Saran Praktis .....	66
LAMPIRAN .....	70

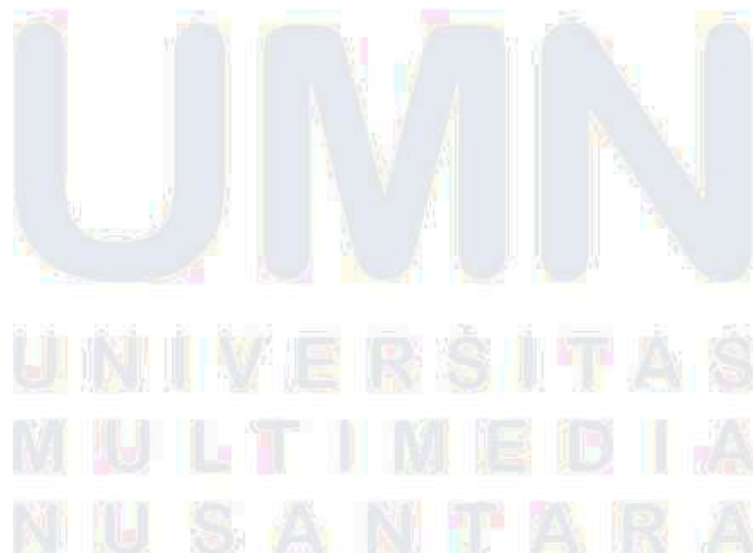


UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kemasan Gelas Tuku Versi Lama .....	4
Gambar 1. 2 Kemasan Gelas Tuku Versi Baru 100% Plastik Daur Ulang .....	4
Gambar 1. 3 Bentuk Electronic Word of Mouth (Pro dan Kontra) terhadap Kemasan Daur Ulang Toko Kopi Tuku pada Media Sosial TikTok .....	5
Gambar 2. 1 4 Prinsip Sustainable Packaging .....	13
Gambar 2. 2 Tahapan Keputusan Pembelian .....	18
Gambar 2.3 Alur Penelitian.....	19
Gambar 4. 1 Logo Toko Kopi Tuku .....	43
Gambar 4. 2 Bentuk eWOM akun TikTok @automaticreplies. ....	44
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	46
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Rata-Rata Penghasilan .....	46
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili .....	47
Gambar 4. 7 Grafik Histogram .....	58
Gambar 4. 8 Grafik P-Plot.....	58
Gambar 4. 9 Grafik Scatterplot.....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2. 2 Hipotesis Penelitian.....	19
Tabel 3. 1 <i>Sample Sizes Malhotra</i> .....	23
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel X.....	25
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Y.....	29
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Z.....	34
Tabel 3. 5 Skala <i>Likert</i> .....	35
Tabel 3. 6 Skala <i>Likert</i> .....	36
Tabel 3. 7 Uji Validitas X.....	37
Tabel 3. 8 Uji Validitas Y.....	38
Tabel 3. 9 Uji Validitas Z.....	39
Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 1 Dimensi <i>Effective</i> .....	47
Tabel 4. 2 Dimensi <i>Efficient</i> .....	49
Tabel 4. 3 Dimensi <i>Cyclic</i> .....	49
Tabel 4. 4 Dimensi <i>Clean</i> .....	50
Tabel 4. 5 Dimensi Pengenalan Kebutuhan.....	51
Tabel 4. 6 Dimensi Pencarian Informasi.....	51
Tabel 4. 7 Dimensi Evaluasi Alternatif.....	52
Tabel 4. 8 Dimensi Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4. 9 Dimensi <i>Intensity</i> .....	54
Tabel 4. 10 Dimensi <i>Valence of Opinion</i> .....	56
Tabel 4. 11 Dimensi <i>Content</i> .....	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> .....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Spearman's rho</i> .....	63
Tabel 4. 15 <i>Process Macro</i> by Hayes.....	64
Tabel 4. 16 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Z sebagai Mediasi.....	70
Tabel 4. 17 Uji Signifikansi Simultan (X-Y).....	70
Tabel 4. 18 Uji Parsial (X-Y).....	71
Tabel 4. 19 Uji Signifikansi Simultan (Z-Y).....	71
Tabel 4. 20 Uji Parsial (Z-Y).....	71